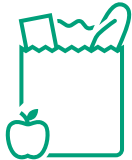


Leitlinie zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung



INHALT

I.	VERSTÄNDNIS, GELTUNGSBEREICH UND KOMMUNIKATION	2
	Ziele der Leitlinie und Geltungsbereich.....	2
	Berichterstattung und Kommunikation.....	3
II.	PROBLEMSTELLUNGEN UND HERAUSFORDERUNGEN.....	2
	Hintergrund	3
	Definition von Lebensmittelverschwendung	3
	Kennzahlen	4
	Herausforderungen	4
III.	STRATEGISCHER ANSATZ UND ZIELE	5
IV.	MASSNAHMEN	6
	Maßnahmen in den eigenen Betrieben	6
	Maßnahmen an der Schnittstelle zu Lieferanten.....	7
	Maßnahmen an der Schnittstelle zu Kund:innen.....	7
	Maßnahmen zur Verbesserung der Weitergabe nicht mehr verkaufsfähiger Lebensmittel.....	8
V.	POLITISCHE POSITIONEN	8
	Lebensmittelspendengesetz.....	8
	Mindesthaltbarkeitsdatum.....	9
	Verbraucher:innenbildung	10
	Containern.....	10
VI.	SCHLUSSWORT	10
VII.	QUELLENVERZEICHNIS.....	10

I. VERSTÄNDNIS, GELTUNGSBEREICH UND KOMMUNIKATION



„Nachhaltigkeit ist für die REWE Group kein Trend, sondern wesentliches Element ihrer Unternehmensstrategie.“ Diesen Anspruch hat der Vorstand der REWE Group in der [Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften](#) formuliert. Für die REWE Group bedeutet dies: Sie übernimmt Verantwortung für ihre Mitarbeitenden, achtet auf einen fairen Umgang mit Partnern und Lieferanten, fördert nachhaltigere Sortimente, handelt umwelt- und klimabewusst und setzt sich für eine zukunftsfähige Gesellschaft ein. Bei der Umsetzung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie führt die REWE Group einen intensiven Dialog mit ihren Stakeholdern und arbeitet gemeinsam mit allen Beteiligten daran, langfristige Verbesserungen herbeizuführen.

Als Vorreiter hat sie bereits viele neue Ansätze entwickelt, die heute in der Branche Standard sind. Vier Säulen prägen die Nachhaltigkeitsstrategie der REWE Group: Grüne Produkte, Energie, Klima & Umwelt, Mitarbeitende und Gesellschaftliches Engagement.

Grüne Produkte

Wir gestalten unsere Sortimente nachhaltiger, z. B. durch die Förderung regionaler Produkte, mehr Bio-Produkte in unseren Märkten, weniger Verpackung und unser Engagement in den Herkunftsländern kritischer Rohstoffe.

Energie, Klima & Umwelt

Wir schonen Umwelt und Klima. Dies erreichen wir durch einen sparsamen Umgang mit Energie und die Reduzierung klimaschädlicher Emissionen.

Mitarbeitende

Wir wertschätzen und fördern unsere Mitarbeitenden. Dazu gehört nicht nur eine faire Entlohnung sondern beispielsweise auch flexible Arbeitszeitmodelle, die helfen, Beruf und Privatleben zu vereinbaren.

Gesellschaftliches Engagement

Wir engagieren uns für die Gesellschaft. Dabei setzen wir auf starke Partnerorganisationen, die mit ihrer Erfahrung wirkungsvoll Hilfe leisten. Hierbei binden wir auch unsere Kundschaft und Mitarbeitende ein.

Ziel der Leitlinie und Geltungsbereich

Die REWE Group hat mit Fokus auf ihre deutschen Handelsmarken REWE und PENNY Ansätze, Ziele und Maßnahmen zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung definiert. Die Geschäftstätigkeiten der beiden Vertriebslinien in Deutschland inklusive ihrer vor- und nachgelagerten Schnittstellen bilden somit den Geltungsbereich dieser Leitlinie.

Ziel der Maßnahmen ist es, einen Beitrag zum Erreichen des SDG 12.3 sowie der analog definierten Ziele der Bundesregierung und der EU, die Lebensmittelverschwendung bis 2030 um 50 Prozent zu reduzieren, zu leisten.

Die Leitlinie definiert einen verbindlichen Handlungsrahmen für REWE Markt GmbH (REWE) und PENNY Markt GmbH (PENNY) und die Geschäftsbeziehungen mit ihren Vertragspartnern. Die in der Leitlinie festgelegten Anforderungen und Maßnahmen werden

regelmäßig überprüft und bei Bedarf angepasst. Darüber hinaus wird die Leitlinie auf Basis zukünftiger Maßnahmen und Entwicklungen aktualisiert.

Berichterstattung und Kommunikation

Die REWE Group ist überzeugt, dass Transparenz und die Bereitstellung umfangreicher Informationen wichtige Bestandteile eines erfolgreichen Nachhaltigkeitsmanagements sind und zur Förderung ökologischer und sozialer Aspekte im Hinblick auf Lebensmittelverschwendung beitragen können. Über Fortschritte bei der Umsetzung ihrer Maßnahmen erstattet die REWE Group regelmäßig und öffentlich Bericht. Dies geschieht im Rahmen von Pressemitteilungen, über die Websites der REWE Group, REWE und PENNY sowie anderen veröffentlichten Berichten. Darüber hinaus führen REWE und PENNY Kommunikationsmaßnahmen für ihre Kund:innen durch, um diese für einen nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln zu sensibilisieren.

Im Rahmen ihrer Mitgliedschaft im Nationalen Dialogforum Lebensmittelverschwendung, Sektor Groß- und Einzelhandel berichten REWE und PENNY zudem seit 2024 jährlich Kennzahlen und Maßnahmen, die zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung umgesetzt wurden.

II. PROBLEMSTELLUNG UND HERAUSFORDERUNGEN



Hintergrund

Elf Millionen Tonnen Lebensmittel landen in Deutschland jedes Jahr im Müll. Davon entfallen zwei Prozent auf die Landwirtschaft, 15 Prozent auf die Verarbeitung, 17 Prozent auf die Gastronomie und sieben Prozent auf den Handel. Knapp 60 Prozent entfallen auf private Haushalte. Pro Kopf sind das ca. 78 kg (BMEL, 2023). Zahlen, die es zu reduzieren gilt. Deshalb wurde im Jahr 2019 vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) die Nationale Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung beschlossen (BMEL, 2019). Den von den Vereinten Nationen verabschiedeten Zielen für Nachhaltige Entwicklungen (SDG) folgend, soll bis 2030 in Deutschland die Lebensmittelverschwendung pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucher:innenebene halbiert und die entlang der Produktions- und Lieferketten entstehenden Lebensmittelabfälle reduziert werden. Das 2019 gegründete Dialogforum Groß- und Einzelhandel, dem auch REWE und PENNY Deutschland angehören, ist Teil dieser Strategie und hat im Sommer 2023 eine umfassende Zielvereinbarung, den sog. „Pakt gegen Lebensmittelverschwendung“ vorgelegt (BMEL, 2023b).

Definition von Lebensmittelverschwendung

Analog der Nationalen Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung verwenden wir zur Definition der Lebensmittelverschwendung den Begriff der Lebensmittelabfälle:

„Lebensmittelabfälle sind Lebensmittel, die entlang der Lebensmittelversorgungskette im Sinne des Kreislaufwirtschaftsgesetzes zu Abfall geworden sind. Dazu zählen

Lebensmittelverluste, die nach der Ernte z. B. bei der Lagerung und während Transport, Verarbeitung und Produktion anfallen und dem Abfallbegriff entsprechen“ (BMEL 2019, S.7)

Nicht als Lebensmittelabfälle zählen wir alle Lebensmittel, die zwar nicht abverkauft, aber

- 1) dem menschlichen Verzehr zugeführt werden konnten, z. B. durch Abgabe an gemeinnützige Organisationen wie Tafel Deutschland e. V. oder Ähnliche;
- 2) durch Weiterverarbeitung im Wertschöpfungskreislauf verbleiben und z. B. zu hochwertigen Futtermitteln verarbeitet werden. Dies gilt z. B. für ungefüllte Backwaren unserer Bake-Off Theken sowie SB-Backwaren.

Kennzahlen

Im Rahmen ihrer Mitgliedschaft im Nationalen Dialogforum Lebensmittelverschwendung liefern REWE und PENNY seit 2019 Daten ihrer Lebensmittelverluste an das Thünen-Institut. Mit dem im Sommer 2023 unterzeichneten Pakt gegen Lebensmittelverschwendung haben REWE und PENNY sich verpflichtet, dies bis zum Zieljahr 2030 fortzuführen.

Der 2023 veröffentlichte Ergebnisbericht des Thünen-Instituts vergleicht die bislang erfolgten Erhebungen aus 2019 und 2020 (Brüggemann & Orr, 2023). Die Lebensmittelverluste betragen 2019 1,76 Prozent des Umsatzes und sanken 2020 auf 1,54 Prozent des Umsatzes über alle Unternehmen hinweg (Heinrich et al. 2022). Die Lebensmittelverluste basieren auf Abschreibungsdaten der am Dialogforum beteiligten Unternehmen und enthalten die Gesamtheit der nicht verkauften Waren, auch solche, die als noch verzehrfähig eingestuft und an abnehmende Organisationen weitergegeben wurden. Mangels aussagekräftigerer Daten wird bis auf Weiteres eine Quote von 30 Prozent für die Abgabe an die Tafeln und andere Organisationen angenommen.

Herausforderungen

Als Lebensmitteleinzelhändler liegt es im ureigenen Interesse von REWE und PENNY, Lebensmittel wertzuschätzen und bestmöglich zu verwenden. Deshalb setzen REWE und PENNY bereits seit Jahren Maßnahmen zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung in den Märkten und Prozessen um, engagieren sich an den Schnittstellen mit den Lieferanten und Kund:innen und führen einen aktiven und kooperativen Dialog mit Organisationen wie Tafel Deutschland e. V. und Foodsharing e. V.

Dennoch sind bei der Umsetzung von Maßnahmen im Hinblick auf Lebensmittelverschwendung Interessens- und Zielkonflikte zu beachten.

Als Händler stehen REWE und PENNY im Sinne des Verbraucher:innenschutzes in der Pflicht, die Sicherheit der Lebensmittel zu gewährleisten. Kurze Transportwege und stabile Verpackungen sichern eine möglichst lange Haltbarkeit und tragen entscheidend zur Reduktion von Lebensmittelabfällen bei. Gleichzeitig ist die Reduzierung von Verpackungen ein wichtiges Instrument für mehr Umwelt- und Klimaschutz in unseren Lieferketten (vgl. [Leitlinie für umweltfreundlichere Verpackungen](#)). Häufig muss hier im Einzelfall abgewogen und eine Entscheidung getroffen werden, die eine möglichst umweltfreundliche Verpackung und die Sicherheit des Produktes gewährleistet.

Zusätzlich wird ein Schwerpunkt auf die Konsument:innen-Aufklärung und -Sensibilisierung im Hinblick auf einen nachhaltigeren Umgang mit Lebensmitteln gesetzt. Der Wunsch nach einer großen Auswahl an Frische- und Convenience-Produkten steht der Vermeidung von Lebensmittelabfällen häufig entgegen, da vor allem diese Lebensmittel schneller verderben (z. B. frische Salate, Sandwiches). Ein immer noch mangelndes Wissen im Hinblick auf den Umgang mit der Haltbarkeitskennzeichnung (MHD) führt häufig dazu, dass Kund:innen eine Kaufentscheidung gegen Lebensmittel mit kurzen Restlaufzeiten treffen – unabhängig davon, wann das Produkt verzehrt werden soll.

III. STRATEGISCHER ANSATZ UND ZIELE



REWE und PENNY sind bestrebt, Lebensmittelverschwendung auf ein Minimum zu reduzieren. Dafür engagieren sie sich in den vorgelagerten Stufen der Lebensmittelwertschöpfungskette und in ihren eigenen Märkten und Lagern.

Mit der Unterzeichnung des Pakts gegen Lebensmittelverschwendung zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen im Groß- und Einzelhandel verpflichten sich

REWE und PENNY neben der Halbierung der Lebensmittelverschwendung zur Umsetzung einer Vielzahl von Maßnahmen (s. Kapitel IV). Der Erfolg dieser Maßnahmen wird ab 2024 jährlich berichtet. Das klare Ziel ist es, die Lebensmittelabfälle verbindlich und wirksam zu reduzieren sowie das Bewusstsein für die Wertschätzung und den verantwortungsvollen Umgang mit Lebensmitteln zu stärken. Dabei widerspricht es sowohl den ökologischen, sozialen als auch ökonomischen Werten von REWE und PENNY, Lebensmittel gezielt durch aktives Handeln für den Verzehr unbrauchbar zu machen.

Es wird die Strategie verfolgt, vermeidbare Lebensmittelabfälle¹ auf ein Minimum zu reduzieren, also Lebensmittel gemäß ihrer Bestimmung prioritär dem menschlichen Verzehr zuzuführen. Durch möglichst bedarfsgenaue Bestellprozesse sowie optimierter Logistikabläufe und Lagerbedingungen wird eine weitestgehend passgenaue Menge an Lebensmitteln in vorgesehener Qualität bereitgestellt. Bei Bedarf findet ein preisreduzierter Abverkauf statt oder die unentgeltliche Abgabe an gemeinnützige Organisationen. Ist ein Lebensmittel nicht mehr für den menschlichen Verzehr geeignet, werden ausgewählte Lebensmittel (z. B. ungefüllte Brot- und Backwaren) in den Wertschöpfungskreislauf zurückgeführt und weiterverarbeitet, beispielsweise zu hochwertigem Tierfutter. Lebensmittelabfälle der Kategorie 3 (nicht für den menschlichen Verzehr bestimmte tierische Nebenprodukte) sowie nicht verzehrfähiges Obst und Gemüse werden nach der Hygienisierung in Biogasanlagen zu Strom und Wärme verwertet.

¹Vermeidbare Lebensmittelabfälle sind jene Lebensmittel, die zum Zeitpunkt ihrer Entsorgung noch uneingeschränkt verkehrs- und verzehrfähig sind, oder bei rechtzeitigem Inverkehrbringen verkehrs- und verzehrfähig gewesen wären (Heinrich et al. 2022, S.13).

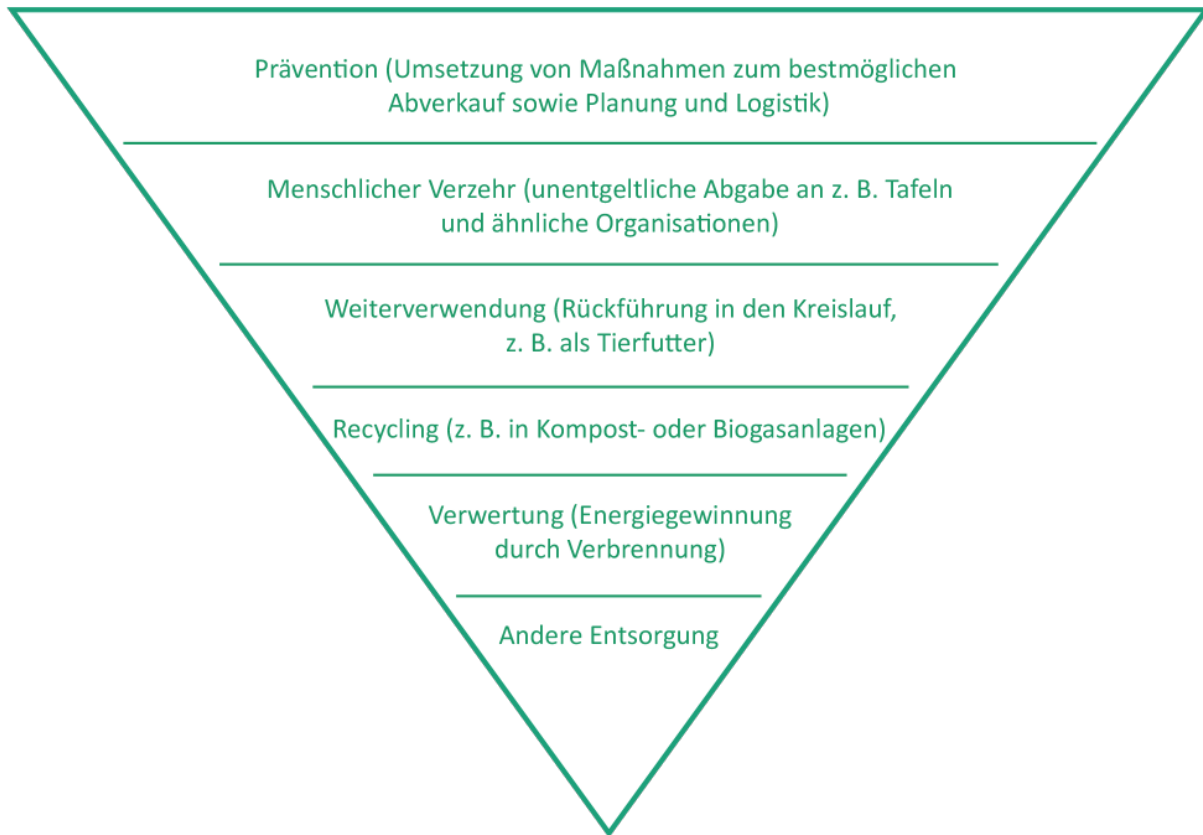


Abbildung 1: Food Waste Hierarchie (eigene Darstellung angelehnt an Orr & Schmidt 2021, S.12)

IV. MASSNAHMEN



Die Reduzierung von Lebensmittelverschwendung kann nur erfolgreich gelingen, wenn gleichzeitig in unterschiedlichen Bereichen der Unternehmen Maßnahmen ergriffen werden. Diese Bereiche erstrecken sich von der Schnittstelle zu den Lieferanten über die eigenen Betriebe bis zur Schnittstelle zu den Kund:innen sowie auf die kostenlose Weitergabe von nicht mehr verkaufsfähigen Lebensmitteln. Im Folgenden stellen wir exemplarisch Maßnahmen für jeden Bereich vor.

Maßnahmen in den eigenen Betrieben

Zahlreiche Maßnahmen im Bereich der Markt- und Logistikprozesse haben dazu geführt, dass REWE und PENNY im Jahresdurchschnitt über 98 Prozent ihrer Lebensmittel verkaufen. Diese Abverkaufsquote soll kontinuierlich weiter erhöht werden.

Moderne Prognosesysteme und teilweise filialindividuelle, automatisierte Bestellverfahren, unterstützt durch die kaufmännische Erfahrung der Mitarbeitenden, ermöglichen schon heute eine sehr gute und bedarfsgerechte Versorgung der Märkte mit frischer Ware. Kurze Transportwege zwischen Lagerstandorten und den Märkten sowie eine lückenlose Kühlung von der Herstellung bis ins Regal tragen dazu bei, die Verlustquoten auf ein Minimum zu reduzieren.

Die Mitarbeitenden in den Märkten kontrollieren nach marktindividuell festgelegten Intervallen täglich die Mindesthaltbarkeitsdaten der Produkte. Produkte, deren Mindesthaltbarkeitsdatum in wenigen Tagen erreicht ist, bieten PENNY und REWE bis zu 30 Prozent preisreduziert an. Zusätzlich ermöglichen Tagespreise im Obst- und Gemüsebereich die Möglichkeit, Mehrmengen effizient abzuverkaufen.

Weiterhin werden die Mitarbeitenden regelmäßig zu Themen wie Qualitätssicherung und optimaler Lagerung geschult. Dabei wird stets das Ziel verfolgt, den Kund:innen bestmögliche Qualität und Frische anzubieten und gleichzeitig durch optimierte Prozesse und Fachwissen Lebensmittelverluste in den Märkten zu vermeiden.

Maßnahmen an der Schnittstelle zu Lieferanten

Als Lebensmittelhändler sind sich REWE und PENNY ihrer Schnittstellenverantwortung bewusst und arbeiten deshalb auch gemeinsam mit Lieferanten und Produzenten daran, Lebensmittelverluste in der vorgelagerten Wertschöpfungskette zu vermeiden.

PENNY vertreibt bereits seit 2016 Bio-Obst und -Gemüse, das äußerliche Makel wie Schalenfehler hat oder lediglich zu klein ist, unter der Eigenmarke „Naturgut Bio-Helden“. Gemeinsam mit Landwirt:innen sorgt der Discounter so für mehr Wertschätzung von Lebensmitteln, denn besonderes Aussehen verändert weder Geschmack noch Haltbarkeit. Damit engagiert sich PENNY in der vorgelagerten Erzeuger:innenstufe gegen Lebensmittelverschwendung. Auch im Fall von wetterbedingten Ernteaussfällen oder Veränderungen der Ware (z. B. „Wetteräpfel“) sind wir immer bestrebt, konstruktive Lösungen mit unseren Lieferanten zu finden.

Im Falle von Mehrmengen unverpackter Ware, die auf Seiten der Lieferanten von REWE und PENNY anfallen und die nach Abnahme unserer Bestellmengen aufgrund begrenzter Abverkaufsmöglichkeiten nicht zusätzlich abgenommen werden können, stehen REWE und PENNY den Lieferanten bezüglich einer Weiterverwendung nicht im Weg. Das Ziel ist stets, die Vernichtung der Ware zu vermeiden. Die Weiterverwendung kann beispielsweise durch eine kostenlose Abgabe der Ware seitens der Lieferanten an die Tafel Deutschland e. V. oder eine ähnliche Organisation oder durch eine Weitervermarktung in Drittländern erfolgen.

Darüber hinaus reduzieren REWE und PENNY Retouren an die Lieferanten auf ein Minimum und gestatten den Handelsmarken-Lieferanten, die unentgeltliche Weitergabe der zurückgegebenen Waren an soziale bzw. gemeinnützige Einrichtungen oder Organisationen, sofern die Retoure nicht aus sicherheitsrelevanten Mängeln erfolgt ist und nachdem eine ausdrückliche schriftliche Zustimmung von REWE bzw. PENNY eingeholt wurde, die nur für den konkreten Einzelfall und die in der Zustimmung genannte Verwendung gilt.

Maßnahmen an der Schnittstelle zu Kund:innen

Da sämtliche Studien zum Thema Food Waste eindeutig belegen, dass der Großteil der Lebensmittelverschwendung zu Hause entsteht, setzen sich REWE und PENNY für die Sensibilisierung und Aufklärung der Kund:innen ein.

In ihrer Online-Kommunikation sowie in den Kund:innenmagazinen bieten REWE und PENNY ihren Kund:innen Tipps und Tricks, um die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren. Neben der Aufklärung zur bedarfsgerechten Einkaufsplanung sowie zur richtigen

Aufbewahrung der Lebensmittel und zum Umgang mit dem Mindesthaltbarkeitsdatum finden Kund:innen Kochinspirationen zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung.

Bei PENNY werden seit 2019 ausgewählte Eigenmarkenprodukte wie Joghurt, Sahne und Butter im Rahmen der Kampagne „Kostbares retten“ mit dem Hinweis „Riechen. Probieren. Genießen.“ in direkter Nähe zum Mindesthaltbarkeitsdatum gekennzeichnet. 2020 wurde die Kennzeichnung auf die Bio-Eigenmarke „Naturgut“ ausgeweitet.

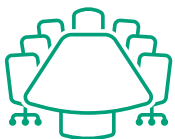
Maßnahmen zur Verbesserung der Weitergabe nicht mehr verkaufsfähiger Lebensmittel

In der Zusammenarbeit mit Tafel Deutschland e. V. und anderen Organisationen sehen REWE und PENNY einen wichtigen Hebel zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung. Lebensmittel, die nicht mehr verkauft, aber dennoch bedenkenlos verzehrt werden können, stellt REWE bereits seit 1996 und PENNY seit 2007 kostenlos und prioritär den bundesweit über 970 lokalen Tafeln zur Verfügung. Ergänzend dazu arbeiten beide Vertriebslinien mit dem Verein Foodsharing e. V. zusammen und kooperieren bei Bedarf mit weiteren lokalen Organisationen. Beide Vertriebslinien haben sich im Rahmen des Pakts gegen Lebensmittelverschwendung das Ziel gesetzt, in mindestens 90 Prozent der Märkte eine aktive Kooperation zu pflegen.

Über die regelmäßige Zusammenarbeit hinaus ist die Vereinfachung der Prozesse und die Verbesserung der Datenlage im Bereich Weitergabe ein großes Anliegen. Als ein Partner von „Tafel macht Zukunft – gemeinsam digital“ haben REWE und PENNY sich aktiv dafür engagiert. Das Projekt hat die Lebensmittelrettung durch die Tafeln mit Hilfe des digitalen Lieferscheins und anderen digitalen Lösungen vereinfacht, um noch mehr Nahrungsmittel vor der Entsorgung zu retten und an armutsbetroffene Menschen weiterzugeben.

Zusätzlich wird Tafel Deutschland e. V. in ihrer wichtigen Arbeit regelmäßig mit Sach- sowie Geldspenden unterstützt, u. a. für die Durchführung zusätzlicher Projekte im Kinder- und Jugendbereich.

V. Politische Positionen



Lebensmittelspendengesetz

Wie bereits beschrieben, gelingt es REWE und PENNY schon heute, den Anteil der nicht verkauften Lebensmittel auf einem sehr geringen Niveau zu halten. Zu der hohen Abdeckung der Märkte mit einer Tafel-Kooperation kommt eine steigende Anzahl an Märkten, die mit Organisationen wie Foodsharing e. V. kooperieren. Dies gilt für Märkte, die nicht oder nicht oft genug von den örtlichen Tafeln angefahren werden können. In Deutschland ist es weitestgehend eine Selbstverständlichkeit, dass der Lebensmitteleinzelhandel Ware auf freiwilliger Basis kostenlos an soziale Einrichtungen abgibt. Nach der Auffassung von REWE und PENNY gibt es insbesondere vor dem Hintergrund der Unterzeichnung des Pakts gegen Lebensmittelverschwendung keine Notwendigkeit für ein Gesetz, welches eine verpflichtende Abgabe von unverkauften Lebensmitteln vorsieht. Ein solches

würde zu einer Überregulierung und insbesondere bei den Mitarbeitenden in den Märkten zu einem bürokratischen Mehraufwand führen und die Abgabe von Lebensmitteln unnötig erschweren.

Vielmehr müssen karitative Einrichtungen, wie z. B. Tafel Deutschland e. V. verlässlich und kontinuierlich von Bund und Ländern unterstützt werden. Wie beschrieben, haben REWE und PENNY sich dazu verpflichtet, die bereits hohe Anzahl an Märkten, die mit Einrichtungen kooperieren, kontinuierlich weiter auszubauen. Im Hinblick auf die Zielerreichung gibt es aber auch Grenzen, da nicht überall genügend abnehmende Organisationen vorhanden sind. Bei kleinen, unabhängigen Organisationen besteht häufig handelsseitig das Risiko, dass die Einhaltung lebensmittelrechtlicher Vorgaben nicht überprüft werden kann. Daher ist ein Auf- und Ausbau einer belastbaren und flächendeckenden Tafel-Logistik sowie eine Koordination der regionalen Verteilung insbesondere im ländlichen Raum erforderlich. Dort, wo bisher keine Tafeln existieren, sollte die Entstehung von Strukturen gefördert sowie das Eingehen anderer Kooperationen unbürokratisch ermöglicht werden. Generell muss der Aufwand für Empfänger:innen und Spender:innen so bürokratiearm und gleichermaßen sicher wie möglich sein. An dieser Stelle muss auch die Digitalisierung der Tafel Deutschland e. V. weiter unterstützt werden. Das Projekt zur Entwicklung der „eco-Plattform“, welche vom BMEL zu Beginn gefördert wurde, geht genau diesen Punkt an. So wird seit 2019 zusammen mit der Tafel e. V. und teilnehmenden lokalen Tafeln die Digitalisierung der Lebensmittelabgabe schrittweise ausgebaut. Der erste Projektschritt – die Digitalisierung des Lieferscheins – wurde erfolgreich abgeschlossen und muss nun möglichst zügig deutschlandweit auf alle Tafeln ausgerollt werden.

Darüber hinaus müssen insbesondere haftungsrechtliche Fragen zeitnah geklärt und Rechtssicherheit geschaffen werden. Dafür bedarf es nicht zuletzt einer klaren und national einheitlich akzeptierten Richtlinie, welche Lebensmittel abgegeben werden dürfen und welche nicht. Gleichzeitig muss es nachvollziehbar sein, welche Anforderungen eine abholende Organisation erfüllen muss. Die 2024 umgesetzten Überarbeitungen des „Leitfaden für die Weitergabe von Lebensmitteln“ sind hierbei zwar bereits hilfreich, müssen aber weiter konkretisiert werden, um einen reibungslosen Ablauf in der Praxis und die Kooperation mit einer größeren Anzahl an Organisationen zu ermöglichen.

Mindesthaltbarkeitsdatum

Grundsätzlich sind die Vertreter:innen der Vertriebslinien von REWE und PENNY von einem MHD bei Lebensmitteln überzeugt, um Kund:innen einen groben Anhaltspunkt über die Haltbarkeit zu geben.

Eine Anpassung der bestehenden Darstellung des MHD kann für eine eindeutigeren Verbraucher:innenkommunikation hilfreich sein. Bereits heute gibt es im EU-Binnenmarkt unterschiedliche Zusätze und visuelle Kennzeichnungen, um den Verbraucher:innen das MHD besser verständlich zu machen. Dies sollte im Binnenmarkt einheitlich geregelt werden. Zuletzt sollte darauf hingewiesen werden, dass der begrenzte Platz auf Verpackungen bei Änderungen grundsätzlich beachtet werden muss. Ein solcher Prozess müsste wissenschaftlich begleitet werden. Es gibt bereits erste Untersuchungen z. B. der Universität Wageningen, NL.

Verbraucher:innenbildung

Für die Reduzierung von Lebensmittelabfällen werden insbesondere die Verbraucher:innen als zentraler Anknüpfungspunkt betrachtet. Hier gilt es, das Problembewusstsein zu schärfen und das Verständnis zu fördern. So sollten die Vorteile eines bewussten Umgangs mit Lebensmitteln aufgezeigt werden. Durch eine solche Vorgehensweise können Kund:innen nicht nur die Umwelt, sondern auch ihren Geldbeutel schonen.

Containern

Die REWE Group betrachtet die Praxis des sogenannten „Containerns“ – also das illegale Aneignen entsorgter Lebensmittel aus Containern von Händlern – kritisch, da dies gesundheitliche Risiken birgt. Für diese Personen ist es nicht ersichtlich, warum die Lebensmittel im Container entsorgt wurden. Es kann sich um verdorbene Ware auch ohne sichtbare Anzeichen oder um Artikel aus Rückrufen handeln. Diese Lebensmittel sind nicht zum Verzehr geeignet und müssen aufgrund gesetzlicher Bestimmungen entsorgt werden.

VI. Schlusswort



Das Thema Lebensmittelverschwendung spielt im Bereich Umwelt- und Ressourcenschonung, aber auch im sozialen Bereich eine sehr wichtige Rolle. Hervorzuheben ist, dass dieses Thema nicht von einem Akteur in der Wertschöpfungskette allein gelöst werden kann, sondern dass eine wirksame Verbesserung nur gemeinsam mit allen vor- und nachgelagerten Schnittstellen erreichbar ist. Die REWE Group ist sich ihrer Verantwortung bewusst und setzt zahlreiche Maßnahmen zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung um. Dies gilt auch über die Grenzen der Vertriebslinien REWE und PENNY hinaus, für die diese Leitlinie gilt.

Es bedarf bei verschiedenen Punkten auch einer gesellschaftlichen Bewusstseinsänderung im Hinblick auf den Umgang mit Lebensmitteln und die Anforderungen an das Lebensmittelangebot. Dafür setzen wir uns im Rahmen unserer Möglichkeiten ein und fordern auch von den übrigen Akteuren, ebenfalls einen Beitrag zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung zu leisten.

VII. QUELLENVERZEICHNIS

BMEL (2019), Nationale Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung,
<https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittelverschwendung/strategie-lebensmittelverschwendung.html>,
Zugriff: 08.04.2024

BMEL (2023), Lebensmittelabfälle in Deutschland: Aktuelle Zahlen zur Höhe der Lebensmittelabfälle nach Sektoren,
<https://www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2023/kw42-pa-ernaehrung-lebensmittelverschwendung-970034>,
Zugriff: 08.04.2024

BMEL (2023b), Pakt gegen Lebensmittelverschwendung,
<https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittelverschwendung/pakt-gegen-lebensmittelverschwendung.html>,
Zugriff: 08.04.2024

Brüggemann N., Orr L. (2023), **Stand der Umsetzung der Beteiligungserklärung. Abschlussbericht 2022 des Dialogforums Groß- und Einzelhandel zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung,**

https://www.zuqut fuer dietonne.de/fileadmin/zqfdt/ sektorspezifische_Dialogforen/Gross- und Einzelhandel/Dialogforum_Handel_Abschlussbericht2022.pdf,

Zugriff: 08.04.2024

Heinrich M., Orr L., Brüggemann N., Schmidt T. (2022), **Monitoring der Lebensmittelabfälle und -weitergabe im Dialogforum Groß- und Einzelhandel 2019/2020. Thünen Working Paper 194,**

https://literatur.thuenen.de/digbib_extern/dn064964.pdf,

Zugriff: 08.04.2024

Orr L, Schmidt T. (2020), **Monitoring der Lebensmittelverluste im Lebensmittelhandel. Thünen Working Paper 154,**

https://www.thuenen.de/media/publikationen/thuenen-workingpaper/ThuenenWorkingPaper_154.pdf,

Zugriff: 08.04.2024

IMPRESSUM



Herausgeber: REWE Group

Corporate Responsibility

50603 Köln

Telefon: +49 221 149 - 1791

Der Dialog zum Thema Lebensmittelverschwendung ist uns ein wichtiges Anliegen. Für Anregungen und Rückfragen kontaktieren Sie uns unter: nachhaltigkeit@rewe-group.com

Stand: Juni 2024